成渝地区双城经济圈建设背景下图书出版的机遇与挑战

胡晓燕
（四川大学出版社有限责任公司，四川 成都 610000）

摘　要：随着在移动互联网、物联网等技术的高速发展，人们的阅读方式发生了很大的变化，数字化出版发展迅速。本文对成渝地区双城经济圈建设背景做了概述，并列出近几年与其相关的出版动态，提出抓住双城融合发展的契机，在川渝地区发展实体书店、完善地方网络基础建设、创建出版物阅读平台、打造西部出版品牌、挖掘优质出版资源、提高编辑人才的综合素质和专业技能。

关键词：成渝地区；双城经济圈；图书出版；出版品牌；融合出版　**中图分类号：**G642　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）01-118-04　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.01.036
本文著录格式：胡晓燕 . 成渝地区双城经济圈建设背景下图书出版的机遇与挑战 [J]. 中国传媒科技，2022（01）：118-121.

1. 成渝地区双城经济圈建设

1.1 成渝城市群概述

中国西部地区位于欧亚大陆东南部，包括中国的西北地区（陕西省、青海省、宁夏回族自治区、甘肃省、新疆维吾尔自治区）5 个省、自治区与西南地区（四川省、云南省、贵州省、西藏自治区、重庆等）5 个省（自治区、直辖市），地域辽阔。成渝城市群包括四川省的成都、自贡、泸州、德阳、绵阳（除北川县、平武县）、遂宁、内江、乐山、南充、眉山、宜宾、广安、达州（除万源市）、雅安（除天全县、宝兴县）、资阳等 15 个市和重庆市的渝中、万州、黔江、涪陵、大渡口、江北、沙坪坝、九龙坡、南岸、北碚、綦江、大足、渝北、巴南、长寿、江津、合川、永川、南川、潼南、铜梁、荣昌、璧山、梁平、丰都、垫江、忠县等 27 个区（县）以及开州、云阳的部分地区，总面积 18.5 万平方公里。[1]

重庆市和成都市都是国家重要的交通中心城市、信息中心城市、对外交往中心城市，同时是国家潜在重要的医疗中心城市、国家潜在重要的文化中心城市、科技中心城市、贸易中心城市、金融中心城市。随着成都东进南拓政策的提出和《成渝城经济圈发展规划》的出台，将极大推动川渝地区的经济发展，也为成渝城市群带来新的机遇和挑战。

1.2 政策支持

新时代西部大开发背景下，对川渝来说，意味着在发展思路上的重要调整。近年来，成都市、重庆市在“土地经济”模式下迅速发展，城市从增量扩张中快速获得大量财政收益。重庆自 1997 年直辖以来，主城区已由母城渝中发展至如今的数个城市新区，主城版图逐步扩大，根据重庆市最新发展战略规划，将进一步向东和向西扩城。成都市历年来以“圈层式”的发展模式进行城市扩张，发展成为如今的大成都—“单中心”，根据成都市最新发展规划，将进一步按照“东进、南拓、西控、中优、北改”的战略实施。尤其“东进”策略将跨过龙泉山脉，突破建城 2300 年的成都格局，打造新的城市空间。

2020 年 5 月，中共中央、国务院发布《中共中央国务院关于新时代推进西部大开发形成新格局的指导意见》。意见指出要加快川藏铁路、渝昆高铁、西（宁）成（都）铁路等重大工程规划建设；同时支持川渝发挥综合优势打造内陆开放高地和开发开放枢纽；积极实施中新（重庆）战略性互联互通示范项目；鼓励成渝加快建设国际门户枢纽城市；设立成都国际铁路港经济开发区；加强西南地区与西北地区合作互动，促进成渝城市群、关中平原城市群的协同发展，打造引领西部地区开放开发的核心引擎；支持川渝跨省（自治区、直辖市）毗邻地区建立健全协同开放发展机制；以成渝地区为重点，加强区域大气污染联防联控，提高重污染天气应对能力。[2] 同年 10 月，中共中央政治局审议了《成渝地区双城经济圈建设规划纲要》，首次将成渝地区双城经济圈明确地与国内大循环战略布局联系，“晋升”为继珠三角、长三角、京津冀、、粤港澳大湾区之后的又一战略级支撑点。着力提升重庆主城和成都的两个中心发展能级，以点带面照顾周边，一体化发展。将成渝地区的发展目标定位为：要发展成为具有全国影响力的重要经济中心、科技创新中心、改革开放新高地、高品质生活宜居地，打造带动全国高质量发展的重要增长极和新的动力源。

2. 出版动态

2019 年，国内数字出版产业的整体收入为 9881.43 亿元，比上一年增长 11.16%，其中电子书为 58 亿元，移动出版达到 2314.82 亿元。传统书报刊数字化收入为 89.08 亿元，从 2016 年到 2019 年，呈现逐年下降的态势。2018—2019 年，在线教育、网络漫画等新兴数字出版板块收入持续增加，尤其在线教育收入增加超过 50%，发展最为迅速。[3]

在我国数字出版产业持续向好发展的背景下，四川

和重庆两地的融合出版也在积极推进。两地政府和相关部门都出台了推动当地出版高质量发展的政策文件，鼓励出版单位出好书、出精品，产出优秀的文化作品，抓主题出版，建立出版品牌。

四川省委办公厅、省人民政府办公厅印发的《关于加强和改进出版工作推动四川出版高质量发展的指导意见》提出，到 2022 年要打造一批全国一流出版单位，建成高素质的专业化出版人才队伍，推动四川出版迈入“第一方阵”。到 2025 年，四川出版要实现全面振兴。在提升内容生产质量方面，要推动四川特色内容出版传播，深度开发巴蜀文化、古蜀文明、历史名人文化等特色内容资源，等等。在构建出版产业体系方面，要建设一批高质量出版发展平台；要推动出版业转型升级，提高出版“走出去”的水平，等等。

在成渝地区双城经济圈建设的背景下，四川传统图书出版既有机遇也有挑战。2020 年 7 月 20 日，四川省地方志工作办公室、重庆市地方志办公室、成都地图出版社有限公司及四川民族出版社在成都举行座谈会，以求积极推动出版领域川渝协作，给两地志书出版提供相关支持和保障。[4]

2020 年 11 月 13 日，在两江新区举办的重庆数字出版年会上，重庆市音像与数字出版协会和成都科技企业孵化器协会签署了战略合作协议。这是成渝地区双城经济圈建设背景下的一次积极合作。根据协议，双方各自遴选优势产业链中的 1 ～ 2 个重点领域，推动专业型孵化器在技术平台、专家及生产能力等方面的深度链接，并以此为基础推动成渝城市群链接形成产业生态带。此外在数字文化协作方面，还将建立一体化数字文创产品评价标准，评选数字文化奖项，以此激励行业发展。[5]

该年会上正式发布的《2019—2020 年重庆数字出版业发展报告》显示，2019 年，重庆数字出版业整体呈稳中有增的趋势，未来，区域系列的政策要素优化重组会成为产业优化发展的核心驱动力，区域产业协同步入新的阶段。报告数据显示，2019 年，数字出版产品生产总产出为 112.11 亿元，较上年增长 2.01%，数字出版支撑服务、出版设备制造与销售总产出分别为 106.57 亿元、6.44 亿元，较上年减少了 1.02%；数字报纸出版（5.20 亿元）、期刊出版（3.25 亿元）、出版平台运营（1.75 亿元）的增幅分别为 35.10%、25.65%、41.46，均呈现出增长趋势。该报告还针对“十四五”时期的重庆数字出版的发展提出完善产业扶持政策体系、加强人才培养与储备、培育和引进生态型企业、加大引导性投入、加大数字出版新基建投入及组建区域性和行业性企业集团等 6 点建议。[6]

3. 成渝地区双城经济圈建设给两地区图书出版带来的机遇

3.1 拓宽实体书销售渠道

虽然随着移动互联网、物联网、数字化出版等技术的高速发展，实体出版物的阅读、传播、销售等都受到冲击，但是国家有关部门深刻认识实体书店的重要性，出台了相关政策支持实体书店的发展。2016 年 6 月 16 日，中宣部等 11 个部门在联合印发的《关于支持实体书店发展的指导意见》中提出，“到 2020 年，要基本建立以大城市为中心、中小城市相配套、乡镇网点为延伸、贯通城乡的实体书店建设体系，形成大型书城、连锁书店、中小特色书店及社区便民书店、农村书店、校园书店等合理布局、协调发展的良性格局”。[7] 教育部办公厅印发的《关于进一步支持高校校园实体书店发展的指导意见》提出，要“贯彻落实党中央、国务院有关部署要求，进一步支持高校校园实体书店建设和健康发展”。[8]

在双城融合发展的背景下，四川和重庆可以建立更为高效的覆盖面更广的图书销售网络，拓宽实体图书的销售渠道，加速并畅通优秀图书从中心城区到周边乡镇的流通渠道。加速区域内优势读物的流通，包括地方志、巴蜀文化系列丛书等这些记载当地历史文化发展、民风民俗的文化读物，有关各地农业发展、旅游产业发展、基础设施建设的实用读物，有关各地区优秀中小学、高等院校教育教学改革成果读物等。

除了实体书店的建设，图书出版社还可以通过微信、抖音等网络平台向大众宣传本社出版的优秀图书，在平台上向大众展示它们内容里的闪光点，给人们讲述书本后的故事，让人们产生阅读兴趣。与此同时，也可提升出版社在人们心中的形象。

此外，还可以将实体书投放到地铁、高铁、机场等人流量大的场所。如打造一个川渝图书品牌，在机场购物场所建一个实体销售点，专门销售川渝两地出版社出版的优秀图书。如此宣传，可以在销售图书的同时加深川渝出版品牌在人们心中的印象，打造提升出版社形象。[9]

3.2 建设全覆盖媒体网络

近几年，我国的县级融媒体中心建设已基本实现了全覆盖，它将媒体与政务及服务相结合，主要为用户提供媒体、党建、政务等多样化综合服务，[10] 以巩固并壮大主流舆论，提升新闻舆论的传播力、影响力、引导力和公信力。[11]

成渝城市群以成都和重庆两个城市为核心，[12] 以创新为目的连接的网络密度越来越大，项目越来越多有研究表明，除成都和重庆外，参与创新网络的节点城市越来越多，节点城市之间的创新网络具有通达性好等特点。随着时间的推移，成渝地区双城经济圈建设的深入推进，成都和重庆两个核心区带动其他城市协同发展，各节点城市间的创新网络将更为通畅、便捷，节点城市的数量也会越来越多，最终形成更大范围的西部网络系统，加快信息、知识、文化、人才等在这个区域的流动。[13]

在这个时期，成渝两地可以加速构建更加畅通的网络互通体系，以两个城市为核心，进行辐射范围更广的基础网络设施建设，让周边网络使用率和智能终端产品使用率都不太高的乡镇也能享受双城融合发展给生活带来的变化。让两地区出版的优势读物不仅通过实体销售

渠道传播，更能够通过移动互联网技术高效传播，便捷人们的阅读，丰富人们的精神文化生活，培养家国情怀，树立为建设自己的家乡、为践行中国特色社会主义道路而努力奋斗的决心。

3.3 创建覆盖两地优秀出版物的阅读平台

数字出版发展如火如荼，其中，移动出版的内容提供商、平台服务商、网络运营商和终端制造商在数量和质量上也都有了较大提升。平台服务商主要为内容提供商和内容消费者提供交易的平台。现在的电子书终端阅读 App 种类多，各运营平台使用的出版物格式并没有统一，[14] 笔者认为，在两地融合发展的背景下，可以开发一款 APP 或电子阅读器，为人们提供两地范围内所出版图书的阅读。该 App 或电子阅读器可以对接两地范围内的所有图书出版社，将其出版物中的优秀作品制作成电子书，努力打造川渝优秀电子阅读产品和品牌，将两地的优秀作品融合起来推向全国。这样的方式不仅可以为两地的大型出版社的优秀出版物提供另一个传播销售的渠道，也可以带动一些规模较小的出版社和地方出版社，让它们出版的作品能被更多人看到，以此提升社会效益和经济效益。

3.4 携手发展，打造西部品牌

在成渝地区双城经济圈建设背景下，成渝地区可以联合打造西部出版品牌，携手向全国各地人们展示两地的优秀出版社和优秀出版物，提升两地出版单位在人们心中的整体形象。以优秀出版单位带动一些较为落后的出版单位、以大型出版单位带动规模较小的出版单位，将现有的本单位的出版资源在稳步推进的基础上进行适当优化，着力提升出版资源的质量。一些有条件、有数字出版发展规划的出版社，可以将已出版的或正编辑处理过程中的适合数字出版的品种和内容推动数字化，加速本社数字出版的脚步，丰富本社的出版品种。

以大学出版社出版的专业课教材为例，可以将教材适于数字化的内容放在出版社建立的线上“数字课堂”，教师或学生使用教材直接以账户、密码的形式登录即可获取。账户、密码可以通过购买图书上的二维码扫描获得，也可以通过直接购买出版社的数字化教材获得。不仅是教材，在线“数字课堂”还可以投放与教材内容相关的教师讲堂、课件、知识重难点讲解等。这样的方式可以拉近师生与出版社的距离，增加师生对该出版社的关注和依赖，[9] 不仅保证教材销量，还有可能在未来给出版社带来更优质的教材出版资源。

3.5 加强两地编辑出版人才建设

在编辑出版活动中，编辑的主体意识指编辑主体在具体的工作中通过对编辑客体进行相关实践活动，以此形成的对编辑活动的反映。[15] 因此，要优化出版资源、提高出版物质量、制作各类数字化出版物等，都与编辑息息相关。在推动数字化出版融合发展的当下，图书编辑要积极转变观念，多接触出版的各个流程，努力学习现代编辑技术，拓展自己的编辑视野，锻炼自己的综合能力，努力让自己多接触优秀的出版人、优秀的作者，发现那些具有潜力的作者和作品，挖掘优势内容。要定期提升自己的编辑专业技术知识，在编辑工作中锻炼发展自己的编辑能力，及时关注出版相关部门发布的政策文件，学习新的编校方面的国家标准。此外，作为一名现代编辑，要积极了解学习现代化编辑出版技术，提高自己的工作效率；要强化现代化出版理念，不断学习提高自己的业务技能，提高主体意识；要提高自己的观察力，提升自己对稿件质量的鉴别能力，提升自己的综合素质。[16]

在成渝地区双城经济圈建设背景下，两地编辑更应创新自己的出版观念，强化现代化出版理念，注重思想教育，提高自己的综合素质。

结语

在成渝地区双城经济圈建设背景下，川渝两地图书出版社要加速推动出版方式的创新，从拓宽实体书销售渠道、优化稿源质量、推动数字化融合出版、提升现代化出版技术水平、打造优势图书和西部出版品牌、加强出版编辑人才建设等方面着手，努力出版各类优质图书。在“十四五”开局之年，坚持走中国特色社会主义路线，紧抓主题出版，建设一批高质量出版发展平台，推动出版业转型升级，提高出版“走出去”的水平。媒

参考文献

[1] 张婷．成渝城市群产业发展现状分析 [J]. 环球市场信息导报，2017（702）：9.

[2] 重庆市人民政府，四川省人民政府．重庆市人民政府 四川省人民政府 关于印发深化川渝合作深入推动长江经济带发展行动计划（2018–2022 年）的通知 [EB/OL].http：//www.cq.gov.cn/zwgk/zfxxgkml/zfgb/2018/d14q/202101/t20210128_8839291.html（2018–06–30）[2021–04–18].

[3] 中国数字出版产业粘度报告课题组．步入高质量发展的中国数字出版——2019—2020 年中国数字出版产业年度报告 [J]. 出版发行研究，2020（11）：20–25.

[4] 蒲建宇．【方志四川 •成渝双城记】服务成渝地区双城经济圈建设 四川两出版社积极支持川渝地方志书出版 [N/OL]. 澎湃新闻 [2020–07–21].（2021–04–12）. https：//www.thepaper.cn/newsDetail_forward_8364855.

[5] 严薇，宋沁泽．2020 重庆数字出版年会 •签约 | 川渝再携手，打造数字出版产业合作项目 [N/OL]. 上游新闻 [2020–11–13].（2021–04–11）. https：//baijiahao.baidu.com/s?id=1683229914658890525&wfr=spider&for=pc.

[6] 冯恋．《2019—2020 年重庆数字出版业发展报告》出炉 两江新区国家数字出版基地数据亮眼 [N/OL]. 两江新区官网 [2020–11–13].（2021–04–12）. http：//www.liangjiang.gov.cn/Content/2020–11/13/content_10089458.htm.

[7] 中华人民共和国中央人民政府 . 11 部门联合印发《关于支持实体书店发展的指导意见》[EB/OL]. （2016–06–18）[2021–04–16].http：//www.gov.cn/xinwen/2016–06/18/content_5083377.htm.
[8]教育部办公厅 . 教育部办公厅关于进一步支持高校校园实体书店发展的指导意见 EB/OL].（2019–07–17）[2021–04–16]. http：//www.moe.gov.cn/srcsite/A03/moe_1892/moe_630/201907/t20190724_392124.html.
[9] 师佳 . "物联网 +" 背景下如何做好图书出版 [J]. 科技传播，2020（8）：37–38.
[10] 郝天韵 . 县级融媒体中心：服务 + 联动 + 创新 牢牢抓住用户心 [N/OL].（2020–12–08）[2021–04–16].http：//media.people.com.cn/n1/2020/1208/c40606–31959284.html.
[11]倪敏 . 牢牢掌握意识形态工作领导 [J]. 魅力中国，2018（32）.
[12] 高绮桦，袁纪琦 . 超级城市 决胜未来 [N]. 南方日报，2017–09–04（FC04）.
[13]吕丹，王等 ."成渝城市群"创新网络结构特征演化及其协同创新发展 [J]. 中国软科学，2020（11）：154–161.
[14] 张磊 . 电子网络出版编辑技术探究 [J]. 传播力研究，2018（16）：150.
[15] 王瀛 . 关于编辑主体现代化的思考 [J]. 河南大学学报（社会科学版），2004（3）：157–158.
[16] 张媛 . 编辑出版技术手段现代化的相关研究 [J]. 中国传媒科技，2021（1）： 80–82.

作者简介：胡晓燕（1985–），女，四川富顺，责任编辑（中级职称），研究方向：轻工技术与工程、图书编辑与出版。

（责任编辑：涂东敏）

（上接第84页）

现了丰富多彩的方案。在播放影视作品时，短视频与微电影、网络电影、个人短视频等形式纷纷展现在大众的眼前。传统的电视播放模式转换成了手机等终端设备点播的形式，在互联网时代的影响下，点播形式逐渐发展成了影视传媒中的播放主流形式，展现了影视作品的丰富性，也让个人生产者团队拥有了与专业企业同平台竞争的机遇。如今新媒体文化已经渗透到影视传媒各个领域范围，在影视作品的宣传中也起到了至关重要的作用，如发起互动式宣传模式，让观众主动参与到宣传行列中，通过手机等设备发表自身观点与看法，在影视作品中融入广告因素，实现广告价值，提高影视作品的受欢迎率，实现最大化的经济价值。同时随着互联网的发展，越来越多的互联网企业纷纷以各种形式在传统影视行业布局，影视传媒行业竞争加剧。在高投入、低效率的操作模式下，使用社会热点内容博得广大群众的眼球，失去了对自身作品内容质量的把关，加入到快速实现盈利的队列中，对社会和影视传媒行业都产生了不良影响。长此以往，新媒体技术的引入会彻底使影视传媒行业失去社会底线，这也是当下所有影视传媒行业所谨慎对待的问题之一。

结语

"互联网 +"时代带给影视传媒更大的发展空间，也拓宽了影视作品的播出途径与方式，新媒体技术的发展不仅增加了影视传媒的收益也维持了影视行业的发展。总体来讲，新媒体技术在影视传媒中的广泛的应用，为影视传媒行业的发展起到了推动作用。影视传媒行业应进一步利用新媒体技术大数据的特点，收集每部影视作品的不足之处，采取针对性方案进行解决，合理规划新媒体技术在影视传媒中的使用，不断改进技术与内容，保证人们在互联网的影响下获取更多有益的信息，了解影视作品身后的故事，不断与时俱进改进影视内容，大幅度提升影视传媒行业文化内涵。[7] 媒

参考文献

[1] 陈佼怡 . "互联网 +"时代广播影视发展形态与趋势 [J]. 环球市场信息导报，2016（9）：108–109.
[2] 吴凡 . 浅析"互联网 +"时代方言相声节目的传播——以陈峰宁"南京白话热"为例 [J]. 今传媒（学术版），2015（10）：46–48.
[3] 原露 . 互联网语境下中国喜剧 IP 电影的多场域开发 [J]. 传媒论坛，2019（13）：18，20.
[4] 翟婧倩 . 新媒体时代下足球解说的特征探析——以 PPTV"西甲欢乐多"组合为例 [J]. 新媒体研究，2017（11）：162–163.
[5] 杨彬 . 评《影视产业概论》[J]. 统计与决策，2020（3）：封 2– 封 3.
[6] 刘姝昱，峻冰 . 艾布拉姆斯"四要素"理论之于影视剧作的实践价值及意义 ——以 26 集电视连续剧文学剧本《穿越》为例 [J]. 电影文学，2019（19）：3–8.
[7] 李洁 . 山东广播电视台"中央厨房"新闻生产研究 [D]. 济南：山东师范大学，2019.

作者简介：孙安迪（1997–），女，河南商丘，硕士在读，研究方向：媒体、传播、电影。

（责任编辑：张晓婧）